

PENGEMBANGAN PARIWISATA PERKOTAAN BERBASIS KOMUNITAS : STUDI PADA KAMPUNG WISATA DIPOWINATAN YOGYAKARTA

Ida Susi Dewanti ^{a)*} & Adi Soeprapto ^{b)}

UPN Veteran Yogyakarta, Indonesia

*E-mail: idasusidewanti@yahoo.com

Abstract

Urban tourism is growing today along with a shift in the behavior of tourists and the tourism industry that is more oriented to tourism destinations and create new experiences. The city of Yogyakarta as the tourist city destination have great potency visited many tourists every day. One of successful tourist village at Yogyakarta city is Dipowinatan tourist kampung. Dipowinatan tourist kampung managed to build itself into a tourist destination place, not only domestic tourists as the main market even international tourists. This study use qualitative approach. Interviews as the main instrument for data collection. Respondents of this research were managers of village tourism as a key informant, some residents, and the government represented by the tourism department of Yogyakarta. The results showed that urban tourism through the development of the tourism kampung has an opportunity in the future. Traveler more interested with natural travel and experienced the daily life of a society. One of the facing obstacle is public participation. The public will be fully support when they feel that the existence of tourist kampung can bring financial benefits and improve their welfare or they played an important role. So the presence of the public supports tourism kampung self-reliant and sustainable.

Keywords: urban tourism, tourism kampung, community participation.

Pendahuluan

Kontribusi pariwisata perkotaan terhadap pengembangan pariwisata global meningkat luar biasa beberapa tahun terakhir ini. Pariwisata perkotaan tumbuh subur tidak hanya di Indonesia tetapi juga di berbagai belahan negara di dunia. Kota-kota di berbagai negara berbenah untuk mem"branding" kotanya sebagai kota wisata. Pariwisata perkotaan telah menjadi penghasil pendapatan baru untuk kota dan merupakan sektor yang signifikan dalam perekonomian secara keseluruhan. Permintaan untuk pariwisata ke berbagai kota sangat meningkat

Pariwisata perkotaan berkembang saat ini seiring dengan pergeseran perilaku wisatawan dan industri pariwisata yang lebih berorientasi pada tujuan wisata untuk menciptakan pengalaman baru. Menurut Undang-Undang (1996: 1), kota merupakan tujuan wisata penting di dunia sejak tahun 1980-an. Budaya perkotaan saat ini menjadi elemen dominan dalam pemasaran dan promosi pariwisata. Sebuah kota harus mengembangkan strategi pariwisata perkotaannya sendiri, dengan fokus pada warisan budaya perkotaan dan kehidupan sehari-hari mereka. Tempat wisata baru para pelancong dan tempat tersebut adalah kampung wisata.

Kota Yogyakarta berkembang pesat sebagai pusat pendidikan, pusat pemerintahan dan pusat budaya provinsi DIY. Selain itu kota Yogyakarta juga menjadi destinasi wisata selain empat kabupaten lainnya. Untuk menarik minat wisatawan datang berkunjung, kota Yogyakarta telah merumuskan beberapa kebijakan terkait kepariwisataan dan memulai penataan kota kembali. Pemerintah kota

menjadi sebuah gaya hidup. Selain berwisata, banyak juga perjalanan yang dilakukan untuk tujuan bisnis atau tujuan konvensi lainnya. Seringkali diantara waktu kegiatan tersebut bepergian pada waktu luang untuk belajar tentang budaya lain, untuk mengembangkan minat khusus mereka juga berwisata dan mencari hiburan. Tidak heran jika pariwisata merupakan salah satu industri dengan pertumbuhan tercepat di dunia.

menyusun strategi pemasaran perkotaan yang dirancang untuk menarik wisatawan yang berkunjung ke Propinsi DIY. Selama ini wisatawan datang ke kota Yogyakarta biasanya untuk berkunjung ke Malioboro, Tugu Jogja, pasar Beringharjo, serta kraton dan taman sari. Untuk memperpanjang waktu singgah turis dan memperbanyak destinasi wisata di kota, pemerintah kota Yogyakarta memperkenalkan kampung wisata. Terdapat 18 kampung wisata di kota Yogyakarta yang mulai dikenalkan tahun 2011. Berawal dari 5 kampung wisata di tahun 2011, sampai saat ini telah ada 18 kampung wisata di wilayah kota Yogyakarta. Kampung-kampung tersebut adalah Pandeyan, Notoprajan, Suryatmajan, Brontokusuman, Tamansari, Prenggan, Sosromenduran, Dipowinatan, Cokrodiningratan, Kadipaten, Tahunan, Purbayan, Brontokusuman, Suryatmajan, Notoprajan, Karangwaru, Kricak serta Tegalrejo.

Masing-masing kampung memiliki potensi atau *icon* khusus yang dapat dijadikan daya tarik bagi wisatawan juga ajang pembelajaran bagi mereka khususnya budaya Jawa. Potensi ini di antaranya kebudayaan, kerajinan, serta kehidupan sosial kemasyarakatan. Dari sejumlah kampung wisata di Yogyakarta, salah satu kampung yang dinilai telah cukup berhasil atau masuk kategori mantab adalah kampung wisata Dipowinatan. Dipowinatan merupakan salah satu kampung wisata yang dikembangkan di masa-masa awal. Sebagai kampung wisata berbasis budaya Dipowinatan dinilai cukup sukses mempertahankan eksistensinya hingga saat ini. Dipowinatan telah memiliki pasar wisatawan tersendiri dan terus dipelihara. Namun demikian keberhasilan ini bukannya tanpa kerja keras dan pengorbanan. Sampai sekarang pun manajemen kampung wisata masih terus bekerja keras agar keberadaan Dipowisata (istilah wisata di Dipowinatan) dapat berkelanjutan dan memberikan dampak positif bagi masyarakat. Oleh karena itu penelitian ini bermaksud menganalisis pariwisata perkotaan dari berbagai perspektif khususnya di Dipowinatan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran mengenai profil kampung wisata Dipowinatan; menganalisis pariwisata perkotaan dari sisi dampak ekonomi, sosial-budaya; menganalisis efek positif dan negatif

dari pariwisata perkotaan; serta menggambarkan partisipasi masyarakat.

Tinjauan Pustaka

Pariwisata

Menurut Marpaung (2002), pariwisata adalah perpindahan sementara yang dilakukan manusia dengan tujuan keluar dari pekerjaan-pekerjaan rutin, keluar dari tempat kediamannya. Aktivitas dilakukan selama mereka tinggal di tempat yang dituju dan fasilitas dibuat untuk memenuhi kebutuhan mereka. Sementara Matheison & Wall (1982) mengatakan bahwa pariwisata mencakup tiga elemen utama, yaitu: (a) *a dynamic element* yaitu perjalanan ke suatu destinasi wisata; (b) *a static element* yaitu singgah ke daerah tujuan; dan (c) *a consequential element* sebagai akibat dari dua hal di atas (khususnya pada masyarakat lokal) yang meliputi dampak ekonomi, sosial dan fisik dari adanya kontak dan interaksi dengan wisatawan.

Kayat (2002) mengemukakan, ketergantungan penduduk pada industri pariwisata akan memprediksi sikap mereka terhadap dampak ekonomi dari pengembangan pariwisata. Manfaat pribadi dari pengembangan pariwisata akan mempengaruhi persepsi warga terhadap dampak dari pengembangan pariwisata.

Kampung Wisata

Salah satu bagian dari wilayah perkotaan yang lebih sempit dalam hal luas wilayah adalah kampung. Kampung merupakan bagian dari wilayah hunian yang ada di perkotaan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kampung adalah kelompok rumah yang merupakan bagian kota (biasanya dihuni orang berpenghasilan rendah) atau kesatuan administrasi terkecil yang menempati wilayah tertentu, terletak di bawah kecamatan.

Kampung Wisata, dikembangkan sebagai upaya untuk membangun ekonomi masyarakat dari sektor pariwisata di suatu wilayah. Dengan konsep ini, diharapkan dapat menstimulasi perkembangan sektor lain yang terkait di wilayah tersebut. Wisata Kampung, merupakan alternatif wisata budaya atau tradisi yang diharapkan memberikan dampak berganda (*multiplier effect*) terhadap pertumbuhan berbagai sektor kehidupan

masyarakat di wilayah tersebut, terutama peningkatan ekonomi melalui peningkatan pendapatan dari komunitas dari kegiatan kunjungan wisata.

Idealnya Desa wisata atau Kampung wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku. (Nuryanti, 1993). Mendasarkan pada beberapa pakar pariwisata, terdapat dua konsep yang utama dalam komponen kampung wisata yaitu : (1) Akomodasi sebagian dari tempat tinggal para penduduk setempat dan atau unit-unit yang berkembang atas konsep tempat tinggal penduduk; (2) Atraksi: seluruh kehidupan keseharian penduduk setempat beserta setting fisik lokasi desa yang memungkinkan berintegrasinya wisatawan sebagai partisipasi aktif seperti : kursus membatik, kegiatan seni karawita, seni tari, festival kesenian tradisional, festival dolanan bocah, event bersih kampung, dan atraksi-atraksi lain yang spesifik dan unik.

Hasil kajian Chairunisa (2012) tentang Kampung Wisata Dago Pojok yang memiliki potensi cukup untuk dikembangkan menjadi wisata kreatif berdasarkan fakta bahwa Kampung Wisata Dago Pojok memenuhi lima kriteria wisata kreatif, yaitu wisatawan menjadi bagian dari pengembangan destinasi itu sendiri, adanya pengalaman otentik yang dirasakan wisatawan, adanya pembelajaran secara partisipatif, interaktif, dan informal, tidak bersifat massal, dan berhubungan erat dengan masyarakat lokal. Selain itu berdasarkan potensi sumber daya pariwisata, Kampung Wisata Dago Pojok juga memenuhi kriteria sebagai atraksi wisata yang dapat dipublikasikan, dipasarkan, dikelola serta dikembangkan menjadi kawasan wisata dilihat dari indikator potensi wisata yang ada. Namun demikian masih ada kendala yang dapat menghambat keberlangsungan kegiatan kepariwisataan di kampung tersebut yang berasal dari faktor pengelola/SDM, faktor ekonomi, faktor politik, faktor lingkungan, sosial, dan budaya

Penelitian Ainurrahman (2010) yang mengeksplorasi peran pariwisata dalam pemberdayaan komunitas. Hasilnya menunjukkan bahwa komunitas dengan segala

kearifan lokal, potensi dan tradisi adat-budaya yang dimiliki merupakan dasar dari semua konseptualisasi dan aplikasi Desa wisata yang akan dikelola dan dikembangkan. Keindahan alam, tradisi budaya, dan kehidupan keseharian komunitas semestinya dijadikan dasar berpijak dalam mengelola dan mengembangkan desa wisata dalam satu kesatuan yang utuh. Desa wisata yang dikelola dan dikembangkan secara profesional dapat diukur dari aspek seberapa besar kepercayaan yang diberikan pemerintah kepada komunitas dalam mengelola dan mengembangkan wilayahnya sebagai suatu kawasan wisata. Semakin besar kepercayaan dan kewenangan yang diberikan kepada komunitas, maka sesungguhnya pencanangan dan penciptaan Desa wisata yang profesional dengan berbagai model dan jenisnya telah semakin dekat. Sebaliknya, Semakin kecil kepercayaan dan kewenangan yang diberikan kepada komunitas, maka sesungguhnya pencanangan dan penciptaan Desa wisata yang profesional dengan berbagai model dan jenisnya akan semakin jauh. Pola pikir dan sikap profesional dalam menciptakan suatu Desa wisata akan memiliki dasar pijakan yang kokoh jika diasalkan pada prinsip *community based tourism dan community based culture centered*.

Alpha (Solopos, 2013) melakukan kajian dengan tujuan untuk mengangkat kembali kampung Njayengan sebagai kampung industri perhiasan dengan keunikan budaya dan tradisinya, sehingga bisa menjadi salah satu destinasi pariwisata kreatif di Surakarta. Penelitian dilakukan berdasar metode yang pernah dilakukan di Kampoeng Batik Laweyan Surakarta. Potensi budaya lokal yang terdiri dari potensi arsitektur bangunan dan lingkungan, industri kecil, sejarah serta tradisi sosial budaya, dikembangkan dengan konsep pariwisata kreatif dengan pembangunan yang berkelanjutan dan berbasis komunitas. Hasilnya Njayengan dengan komunitas Banjarnya diharapkan bangkit kembali dari keterpurukannya. Kebangkitan Kampung Njayengan sebagai kawasan industri intan dan perhiasan diawali dengan dibentuknya kawasan tersebut sebagai Kampoeng Perhiasan. Pengelolaan berbasis kekuatan potensi budaya lokal dengan konsep pembangunan pariwisata yang berkelanjutan

serta pemberdayaan komunitas setempat, secara bertahap diharapkan akan mengembalikan kejayaan Njayengan sebagai pusat industri intan dan perhiasan.

Metode Penelitian

Lokasi penelitian adalah kampung wisata Dipowinatan, sebuah daerah perkotaan di wilayah kota Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data penelitian merupakan data primer yang diperoleh dari responden dengan wawancara sebagai instrumen utama untuk pengumpulan data. Responden atau informan dalam penelitian ini adalah pengelola kampung wisata sebagai informan kunci, sebagian warga Dipowinatan, dan pemerintah yang diwakili oleh dinas pariwisata kota Yogyakarta. Pemilihan informan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel dengan kriteria tertentu. Adapun kriterianya informan adalah orang yang memahami permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini. Informan harus kompeten untuk menjawab dan jawabannya dapat membantu dalam menyelesaikan tujuan penelitian. Jumlah responden tidak ditentukan. Responden dianggap cukup manakala tidak ada lagi informasi baru yang didapatkan dari informan yang ditunjuk. Untuk menguji dampak sosial ekonomi pengembangan pariwisata pada masyarakat setempat, panduan wawancara dikembangkan dengan menguraikan dampak positif dan negatif dari pariwisata. Pertanyaan wawancara difokuskan terutama pada dimensi sosial masyarakat dan dampak pengembangan pariwisata.

Hasil dan Pembahasan

Profil Kampung Wisata Dipowinatan

Kampung wisata Dipowinatan terletak di daerah Mergangsan, Kota Yogyakarta. Kampung ini terkenal dengan masyarakatnya yang ramah, kehidupan sosial yang menyenangkan dan memiliki kampung yang bersih dan rapi serta sangat menarik untuk dikunjungi. Kampung wisata Dipowinatan dibuka sejak 4 November 2006 yang dihadiri oleh tamu undangan dari luar negeri sebagai tamu kehormatan yaitu dari Republik Ceko, Slovakia, Columbia, dan beberapa negara Eropa lainnya. Kampung

wisata Dipowinatan dinamakan sesuai nama kampung itu sendiri yaitu Dipowinatan. Kampung wisata ini menawarkan rutinitas kehidupan sehari-hari warga atau kehidupan sosial budaya masyarakat. Di masa lalu kampung ini adalah rumah Pangeran Dipowinoto sampai kematiannya sehingga kemudian disebut kampung Dipowinatan. Kampung ini terdiri dari dua desa. Karena desa ini hampir seluruhnya dihuni oleh klan (keluarga) Pangeran dengan budaya dan adat Jawa yang kental. Seiring dengan berlalunya waktu, kampung ini bahkan menjadi kampung turis dengan *branding* sosio-budaya.

Kampung Wisata Dipowinatan memiliki berbagai kegiatan dan atraksi yang menjadi suguhan dan daya tarik wisatawan, antara lain :

1. Atraksi Budaya: termasuk di dalamnya prosedur untuk menyambut tamu, kemudian belajar tentang alat musik atau seni yang dikembangkan oleh Dipowinatan, mencoba atau memakai pakaian tradisional, berpartisipasi atau menyaksikan upacara tradisional.
2. Mengunjungi Keluarga setempat : wisatawan akan diajarkan tradisi dalam hal membina sebuah keluarga, mendidik anak-anak, bagaimana proses mereka tumbuh, dan kemudian pernikahan mereka, termasuk saat ada kematian. Semuanya terkait dengan filosofi siklus hidup tradisional. Karena masyarakat Jawa sudah terikat tradisi dari rahim ada tradisi mitoni (7 bulan), maka ketika anak-anak dilahirkan ada tradisi yang disebut brokohan, tedak Siten. Ketika anak-anak memasuki pubertas ada tradisi supitan (sunat).
3. Atraksi kuliner: termasuk kegiatan mulai dari belanja bahan makanan hingga pengolahan makanan di mana para tamu dapat mengikuti semua kegiatan sesuai dengan kesepakatan awal.
4. Atraksi kerajinan: sebagian besar warga Dipowinatan memiliki keahlian di bidang kerajinan tangan yang sangat khas dari kerajinan yang dibuat dengan bahan dasar kulit, antara lain wayang. Di sini wisatawan dapat mengikuti proses pembuatan wayang baik ikut membuat sendiri ataupun atau hanya melihatnya. Kulit seringkali diganti dengan kardus atau karton.

5. Interaksi sosial budaya: termasuk cara berkomunikasi dengan masyarakat lokal dan masyarakat adat. Kebanyakan dilakukan oleh wisatawan asing untuk mengunjungi rumah-rumah, bermain dengan anak-anak di kampung.

Kampung Wisata Dipowinatan memiliki target pasar baik remaja maupun orang dewasa dengan target yang lebih spesifik adalah turis dari Eropa Timur. Kunjungan turis Eropa Timur termasuk dalam kunjungan regular dan kerjasama dengan agen yang mendatangkan turis tersebut sudah terjalin dengan baik. Kampung wisata Dipowinatan juga melakukan promosi ke negara lain seperti Jepang, India, dan sebagainya termasuk turis domestik. Pengelola kampung menggunakan berbagai metode pemasaran melalui media sosial seperti facebook, situs web, blog dan dengan cara komunikasi langsung dengan pihak luar. Dipowinatan juga memiliki sistem komunikasi pasca kunjungan. Pengelola mencoba untuk mendapatkan nama dan kontak orang dari setiap tamu yang datang. Tim basis data Dipowisata selalu menyapa para pelancong yang pernah berkunjung ke Dipowisata. Konsep *leisure travel* dan *live in community* dipadukan sebagai daya dukung obyek wisata yang ditawarkan kampung wisata Dipowinatan. Keunggulan kampung wisata Dipowinatan adalah daya tarik kehidupan sehari-hari masyarakat yang mampu menarik wisatawan untuk mengunjungi kampung. Dengan istilah "blusukan" atau berjalan di sekitar kampung memasuki gang sempit dan melihat aktivitas warga, maka para wisatawan asing dapat menikmati tamasya di Kampung Dipowinatan.

Pembahasan

Dampak Sosial Budaya Pada Masyarakat

Pengembangan pariwisata mempengaruhi komunitas lokal dalam konteks sosial budaya karena sebagian besar penduduk setempat terserap ke dalam berbagai sub-sektor dalam industri pariwisata. Dampak sosial sangat penting diamati guna mempelajari perilaku dan gaya hidup wisatawan. Menurut Butler (1980 dalam Akama, 2007), ada berbagai dampak sosial yang positif pada komunitas termasuk peningkatan dalam pelayanan sosial, transportasi dan fasilitas rekreasi, komunikasi

lintas budaya serta peningkatan kualitas hidup (Jaafar, 2015). Berdasarkan penelitian oleh Nillahut (2010), dampak positif lainnya adalah perubahan nilai dan adat istiadat, pertukaran budaya, toleransi perbedaan sosial yang lebih besar yang akan meningkatkan saling pengertian antara masyarakat lokal dan wisatawan. Namun demikian terdapat sisi negatif dari kunjungan wisatawan terhadap masyarakat setempat.

Nillahut (2010) melihat empat dampak dari interaksi warga setempat dengan wisatawan, yaitu :

1. Sistem nilai dan tata krama, mempengaruhi identitas masyarakat adat yang berubah karena pariwisata terjadi dalam struktur komunitas, hubungan keluarga, moralitas dan upacara;
2. Bentrokan budaya muncul karena adanya perbedaan dalam kelompok agama dan etnis budaya, nilai dan gaya hidup, tingkat kemakmuran dan bahasa dan ini dapat menyebabkan konflik;
3. Pengaruh fisik yaitu masalah yang berasal dari penggunaan sumber daya alam seperti air, kerusakan lingkungan, energi dan peningkatan biaya infrastruktur untuk masyarakat setempat;
4. Masalah etika misalnya peningkatan konsumsi minuman beralkohol, perjudian, dan konsumsi minuman keras di bawah umur serta meningkatnya kejahatan, narkoba, prostitusi, dan perdagangan seks yang berpotensi mengganggu kesejahteraan masyarakat.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pariwisata telah secara signifikan meningkatkan kebanggaan warga dalam budaya lokal mereka dan mendorong pemberlakuan kegiatan budaya. Efek positif dapat membantu masyarakat setempat melindungi dan melestarikan budaya mereka (McGehee et al., 2002; Nillahut, 2010). Pengembangan kampung wisata sebagai pariwisata perkotaan dengan konteks komunitas lokal untuk menyambut wisatawan sebagai sarana melestarikan dan menampilkan budaya mereka. Melestarikan budaya lokal, termasuk mendorong berbagai kegiatan budaya, menjaga budaya lokal tetap hidup, mempertahankan identitas budaya, dan meningkatkan kebanggaan penduduk dalam budaya lokal mereka (Andereck et al., 2007).

Perbaikan infrastruktur di Dipowinatan termasuk gang, bangunan bersejarah, ruang publik, dan lain-lain meningkat. Peningkatan ini seiring dengan kunjungan wisata yang meningkat pula jumlahnya. Permintaan akan layanan meningkat, sehingga layanan lokal tambahan harus disediakan. Efek positif ini memberikan manfaat bagi masyarakat setempat. Temuan ini mendukung temuan sebelumnya bahwa masyarakat mendapat manfaat dari pariwisata karena perbaikan dalam infrastruktur sosial; seperti sekolah, perpustakaan, lembaga perawatan kesehatan, dan warung internet (Jashveer et al., 2011). Oleh karena itu, pemerintah menyelesaikan dua masalah sekaligus dengan meningkatkan layanan publik untuk kepentingan pariwisata, karena kegiatan tersebut juga bermanfaat bagi masyarakat setempat.

Pengembangan dan pertumbuhan pariwisata yang tidak tepat di sisi lain, dapat membawa dampak sosial yang merugikan pada tujuan wisata. Kerugian tersebut termasuk mengekspos komunitas lokal untuk meniru perilaku warga asing dan menimbulkan perubahan gaya hidup mereka. Namun, penelitian ini menemukan bahwa responden tidak setuju dengan efek negatif pariwisata. Oleh karena itu, dari perspektif warga, hasilnya tidak mengkonfirmasi temuan penelitian sebelumnya mengenai dampak sosial negatif dari pariwisata seperti kejahatan, narkoba, dan prostitusi. Dampak positif pengembangan pariwisata bagi masyarakat lokal adalah penciptaan peluang kerja berkaitan pariwisata budaya serta pembentukan wacana kewirausahaan di kalangan masyarakat. Pengembangan pariwisata membuka lebih banyak prospek bagi masyarakat untuk mengeksplorasi dan mempelajari kegiatan baru.

Dampak Ekonomi Pengembangan Pariwisata Perkotaan

Dampak positif bidang ekonomi menurut pengelola kampung wisata Dipowinatan diungkapkan melalui penjelasan mereka bahwa pariwisata menciptakan banyak peluang kerja dan meningkatkan pendapatan mereka meskipun jumlahnya tidak banyak. Pengembangan pariwisata perkotaan juga memacu kemampuan kewirausahaan masyarakat lokal di Dipowinatan. Para

responden mengakui kontribusi sektor pariwisata sebagai sumber pendapatan mereka. Meskipun demikian beberapa dari mereka mengakui ada dampak negatif pengembangan pariwisata yang dialami oleh komunitas lokal Dipowinatan meskipun tidak terlalu signifikan. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa responden memiliki persepsi yang lebih tinggi tentang dampak positif ekonomi daripada dampak negatif karena manfaat yang diterima dari pertumbuhan pariwisata perkotaan di Kampung Wisata Dipowinatan. Persepsi positif mereka sebagian besar dipengaruhi oleh peluang untuk mendapatkan penghasilan lebih besar dari bekerja di industri pariwisata atau dengan menjual barang dan jasa kepada pengunjung. Bahkan, mereka yang tidak terlibat dalam industri pariwisata juga menerima manfaat melalui pembangunan di Dipowinatan dan peningkatan infrastruktur dan fasilitas umum.

Partisipasi Komunitas

Kriteria penting dari kegiatan pariwisata yang sukses dan bermakna harus didasarkan pada kegiatan partisipatif dari masyarakat lokal di mana distribusi keuntungan dan pendapatan dapat tersebar dari industri pariwisata kepada anggota masyarakat setempat. Sehingga masyarakat akan membantu dalam pelestarian sumber daya alam dan nilai-nilai sosial mereka yang akan berdampak pada perlindungan pariwisata berkelanjutan. Di sisi lain, investasi sektor swasta yang sesuai dengan pengembangan kekuatan manajemen pariwisata di masyarakat juga merupakan indikator penting untuk keberhasilan kegiatan pengembangan pariwisata. Pariwisata berbasis masyarakat akan menjadi mekanisme untuk menciptakan kekuatan atau sumber daya dari warga setempat yang akan mengelola untuk mengendalikan lingkungan alam dan budaya mereka sendiri melalui proses kegiatan partisipatif di masyarakat.

Pendekatan partisipasi masyarakat telah lama diakui sebagai bagian dari pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. Pendekatan tersebut dapat meningkatkan daya dukung masyarakat dengan mengurangi dampak negatif pariwisata sambil meningkatkan efek positifnya. Menurut Connell (1997),

partisipasi tidak hanya tentang mencapai distribusi sumber daya material yang lebih efisien dan lebih adil tetapi juga tentang berbagi pengetahuan dan transformasi proses pembelajaran. Tujuan partisipasi adalah redistribusi kekuasaan, sehingga memungkinkan masyarakat untuk mendistribusikan kembali manfaat dan biaya secara adil. Dalam konteks perencanaan pariwisata, Haywood (1988) mendefinisikan partisipasi masyarakat sebagai suatu proses yang melibatkan semua pemangku kepentingan sehingga pengambilan keputusan adalah keputusan bersama.

Simpulan dan Saran

Secara umum potensi wisata di Kampung Wisata Dipowinatan sudah baik. Sarana dan prasarana untuk memfasilitasi dan mendukung kegiatan pariwisata tersedia, seperti homestay, kantor pengelola pariwisata, ruang publik, ruang pertemuan serta kondisi infrastruktur juga baik. Selain itu, jaringan untuk mendapatkan wisatawan telah dikembangkan melalui berbagai media, sehingga Dipowinatan sudah memiliki pasar sendiri saat ini. Kondisi lingkungan internal menunjukkan beberapa permasalahan yang dihadapi kampung wisata. Permasalahan tersebut antara lain yang terkait dengan masyarakat termasuk kurangnya kesadaran pariwisata masyarakat, kurangnya jumlah orang yang memiliki kemampuan dalam menguasai bahasa asing dan kemampuan pemandu perjalanan.

Penduduk setempat akan mendukung pengembangan pariwisata berbasis masyarakat ketika mereka mendapatkan manfaat dari kegiatan pariwisata. Temuan dari studi ini menunjukkan bahwa mayoritas penduduk di Dipowinatan, bahkan termasuk mereka yang tidak bekerja di bidang pariwisata, telah mendapatkan manfaat dari pengembangan kampung wisata dan mereka memiliki persepsi positif terhadap dampak pariwisata.

Keterbatasan yang menjadi catatan untuk perbaikan selanjutnya. Penelitian ini belum melibatkan persepsi dari wisatawan. Meskipun tujuannya penelitian ini untuk mengetahui dampak sosial dan ekonomi serta partisipasi warga, penilaian dari wisatawan dapat memperkaya dan memberikan

perspektif dari sudut pandang lain terkait dengan keberhasilan kampung wisata.

Pengelola kampung wisata harus terus berinovasi dan menyadari kelemahan produk wisata yang ditawarkan agar keberadaan dan daya tarik kampung wisata dapat dipertahankan. Partisipasi masyarakat harus terus dipupuk dan ditingkatkan dengan cara meningkatkan keterlibatan masyarakat agar semakin muncul rasa memiliki. Pada saat masyarakat merasa memiliki mereka juga akan merasa dibutuhkan dan berguna sehingga akan mendukung secara penuh. Dampak ekonomi yang dirasakan masyarakat sangat berpengaruh terhadap partisipasi mereka, sehingga pengelola kampung wisata harus cerdas memilih dan merancang kegiatan yang akan meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan warga salah satunya memperbaiki atau memperbarui fasilitas dan pelayanan yang telah ada.

Daftar Pustaka

- Ainurrahman, 2010. Wiasata Berbasis Komunitas, KARSA, Vol. XVIII No. 2 Oktober 2010
- Akama, J. S. and Kieti, D. (2007), "Tourism and socio-economic development in developing countries: A case study of Mombasa Resort in Kenya", *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 15 No. 6, pp. 735-748.
- Alpha Febela Priyatmono Dosen di Program Studi Arsitektur Universitas Muhammadiyah Surakarta. 18 Februari 2013, Solopos
- Arnstein, S.R. (1969) A ladder of citizen participation. *Journal of the American Institute of Planners* 35 (4), 216-224.
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Vogt, C. A. and Knopf, R. C. (2007), "A cross-cultural analysis of tourism and quality of life perceptions", *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 15 No. 5, pp. 483-502.
- Ashworth, G., & Page, S. J. (2011). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, 32(1), 1-15.
- Asli D.A. Tasci, K. J. S. and S. S. Y. (2013). Finding the Equilibrium in the

- COMCEC Context COMMUNITY BASED TOURISM Setting the Pathway for the Future. *Comcec Coordination Office*.
- Chairunnisa, Desy (2012). Perencanaan Kampung Wisata Dago Pojok Sebagai Wisata Kreatif Berbasis Komunitas Lokal di Kota Bandung. thesis, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Connell, D. (1997) Participatory development: An approach sensitive to class and gender. *Development in Practice* 7 (3), 248–259.
- Europäische Kommission, & Comissão Europeia. (2000). Towards quality urban tourism: integrated quality management (IQM) of urban tourist destinations.
- Gârbea, R. V. (2013). Urban Tourism Between Content and Aspiration for Urban Development. *Management and Marketing Journal. Faculty of Economics and Business Administration, University of Craiova*, XI(1), 193–201. Retrieved from www.mnmk.ro
- Giampiccoli, A., & Mtapuri, O. (2016). Between Theory and Practice: A Conceptualization of Community Based Tourism and Community Participation, XXIX(1).
- Haywood, K.M. (1988) Responsible and responsive tourism planning in the community. *Tourism Management* 9 (2), 105–108.
- Jaafar M., Ismail S. and Rasoolimanesh S. M. Perceived Social Effect Of Tourism Development: A Case Study Of Kinabalu National Park 5, *Theoretical and Empirical Researches in Urban Management*, Volume 10 Issue 2 / May 2015
- Jamal, T.B. and Getz, D. (1995) Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research* 22 (1), 186–204.
- Jashveer, H., Boopen, S., Kesseven, P. and Vinesh, S. R. (2011), *TIPS Small Grant Scheme Research Paper Series 2011: Tourism Development and Local Community*, University of Mauritius, Moka, Mauritius.
- Kayat, K. (2002). Exploring factors influencing individual participation in community-based tourism: The case of Kampung relau homestay program, Malaysia. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 7(2), 19-27.
- Marpaung, H, 2002, Pengetahuan Kepariwisata, Bandung: Alfabeta.
- McGehee, N. G., Andereck, K. L. and Vogt, C. A. (2002), “An examination of factors influencing resident attitudes toward tourism in twelve Arizona communities”, in *Proceedings of the 33rd Annual Travel and Tourism Research Association Conference, Arlington, June 23-26, 2002*, Sage, Arlington, VA.
- Mowforth, M., & Munt, I. (1998). *Tourism and sustainability: New tourism in the Third World*. http://tourism.epage.ir/images/tourism/product/tourism_and_sustainability.pdf
- Nasikun, 1999, Globalisasi Dan Paradigma Baru Pembangunan Pariwisata Berbasis Komunitas, Lokakarya Penataan Pariwisata Dalam Menyongsong Indonesia Baru, diselenggarakan oleh DEPAR, Harian Suara Pembaharuan, dan PUSPAR-UGM, Puncaka
- Nillahut, W. (2010), *Local Resident's Perception Towards Impacts From Tourism Development in Phuket, Thailand*, Doctor of Philosophy, Universiti Sains Malaysia, Penang, Malaysia.
- Nuryanti, Wiendu (1993). *Concept, Perspective and Challenges*, makalah bagian dari *Laporan Konferensi Internasional mengenai Pariwisata Budaya*.: Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Ruetsche, B. J., Districts, H., & Centers, C. (2006). Urban Tourism What Attracts Visitors to Cities? *Growth (Lakeland)*, (117). <http://learningstore.uwex.edu/assets/pdfs/g3713.pdf>
- Thailand Community Based Tourism Institute. (2012). *Community Based Tourism*. Retrieved from cbt-i.org
- Uysal, Ü. E. (2014). *Urban Tourism in Istanbul: Urban Regeneration, Mega-*

events and City Marketing and Branding. Retrieved from
papers3://publication/uuid/BECA618
A-52A6-4AFF-A825-
FF024EAA43B9

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih tidak terhingga kami sampaikan kepada :

- Pengelola kampung wisata Dipowinatan dan seluruh warga Dipowinatan.
- Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta
- LPPM UPN “Veteran”Yogyakarta
- Jurusan Administrasi Bisnis UPN “Veteran”Yogyakarta
- FISIP UPN “Veteran”Yogyakarta
- Semua pihak yang telah membantu pelaksanaan penelitian ini